

Del *homo sapiens* al *homo videns*: análisis del viaje de los *media* desde el pensamiento racional a la magia por culpa de la comunicación audiovisual

CARLOS ELÍAS

Hay una idea que ronda desde hace algunos años a todos los que se dedican a la educación: los niños que se han criado desde pequeños con la televisión tienen cada vez menos capacidad para comprender, exponer y configurar ideas abstractas. Sólo asimilan conceptos a través de imágenes. Por ello, los libros de texto se han llenado de imágenes: porque ahora nadie comprende un experimento, una teoría o un idioma si, simplemente, se le describe con palabras el significado. «Ver es comprender», es el nuevo lema, despreciando el enunciado de Descartes que sugería que los sentidos engañan y que sólo se llega a la verdad desde el pensamiento racional y abstracto: «Pienso, luego existo», concluyó el filósofo francés.

Pero la tendencia en la nueva comunicación es la contraria: «Lo veo en la televisión, luego existe». Teniendo en cuenta que en todos los países desarrollados, y en casi todos los que están en vías de desarrollo, la televisión es un medio habitual en los hogares, podría establecerse la hipótesis de que en estos comienzos del siglo XXI la mayoría de las generaciones ha perdido la capacidad y el interés por la abstracción. Sólo queda la generación nacida antes de los años sesenta del siglo XX como reducto de quienes se criaron en una adolescencia sin televisión. En algunos países, como Estados Unidos, donde la televisión se implantó antes, esa generación es la nacida antes de los años cincuenta. Es decir, que comenzamos una etapa histórica y vital del ser humano como especie, en la que prácticamente toda la población que toma decisiones está influenciada por la cultura televisiva desde pequeños. No trataré en este artículo de cómo el poder usa a la televisión para su exclusivo beneficio, un asunto bastante grave y con consecuencias políticas y sociales importantes que ha abordado, entre otros, Ramón Reig.¹ «Occidente en general, empezando por Estados Unidos, posee una estructura económico-mediática con la CNN como símbolo de ubicuidad permanente, pero controlada por el Poder (Reig, 2004: 305). En este artículo pretendo ir un paso más atrás que Reig: la televisión no sólo es un instrumento del poder para controlar al ciudadano, sino que se ha convertido en un instrumento que mengua la capacidad de pensamiento abstracto de la población, impidiendo que desarrolle su capacidad de razonamiento más allá de lo que ven sus sentidos.

En este contexto, los métodos pedagógicos actuales han tenido que adaptarse a la nueva situación y desde hace años se enseña a leer a los niños a partir de imágenes. Incluso está demostrado, desde el punto de vista fisiológico, que los niños que ven la televisión desde muy pequeños (desde antes de aprender a leer) acostumbran su ojo a

1. Ramón Reig (2004), *Dioses y diablos mediáticos. Cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*, Ediciones Urano, Barcelona.

una determinada velocidad de recepción y que, posteriormente, cuando comienzan a leer se aburren porque la velocidad y el enfoque del ojo son distintos para la lectura que para la visión de imágenes televisivas.

Esta hipótesis de la pérdida de capacidad de abstracción de los que ven la televisión no es mía. La tienen muy en cuenta muchos pedagogos y, sobre todo, hablan mucho de ella los profesores de matemáticas y física. Sin embargo, digamos que ha saltado al ruedo de su popularización en otros ámbitos tras la publicación del libro *Homo videns*² del ensayista italiano Giovanni Sartori, profesor en las universidades de Florencia (Italia) y Columbia (EE.UU.).

Aunque el libro de Sartori ha tenido críticas, sobre todo del sector procedente de la comunicación audiovisual, ninguna, a mi juicio, desmonta su tesis principal. Es más, los datos empíricos como la drástica disminución de los estudiantes de ciencias abstractas (física, química y matemáticas) en Europa y Estados Unidos es una prueba que apoyaría las tesis de Sartori. También, a partir de los años ochenta, ha habido un abandono de los llamados estudios culturales duros, relacionados con la filosofía, la historia, la filología o la literatura en las nuevas generaciones de estudiantes. Paradójicamente, se ha incrementado la matrícula en carreras con contenido teórico y epistemológico «blando» como comunicación audiovisual.

Teniendo en cuenta esta tendencia, lo que intentaré en este artículo será analizar cómo influiría, de ser cierta, esta pérdida de la capacidad de abstracción de la población en el ejercicio del periodismo y, en general, de la comunicación de la cultura.

***Homo sapiens* es el que escribe**

Los biólogos clasifican a la especie humana como *Homo sapiens*, perteneciente al orden de los primates.³ ¿Qué los hace únicos? Pues desde el punto de vista físico y genético, casi nada. El *Homo sapiens* no es el animal que mejor ve (sus ojos sólo perciben una parte muy pequeña del espectro de luz), ni por supuesto el que posee un olfato más sofisticado: todo el que haya tenido un perro lo ha comprobado. Tampoco es el que mejor oye (los sistemas auditivos, por ejemplo, de los cetáceos son mucho más efectivos). Su órgano del tacto es muy limitado comparado con otros animales y el sentido del gusto, que algunos humanos lo tienen bastante desarrollado, no sirve de mucho ya que la mayoría de las sustancias de la naturaleza no pueden ser degustadas, porque podemos morir en el intento. Tampoco el *Homo sapiens* es el que más corre y ni siquiera vuela por sí mismo; algo que pueden hacer unos animales mucho más primitivos como las aves.

Desde el punto de vista evolutivo, lo único físico que diferencia al *Homo sapiens* del resto de los animales es que tiene un cerebro mayor. De hecho, el paso del *Australopithecus* al *Homo erectus* supuso un incremento de la capacidad craneana del 50 % y necesitó de tres a cuatro millones de años en evolucionar. El paso de *Homo erectus* a *Homo sapiens* se produjo en sólo unos centenares de miles de años y supuso un aumento de la capacidad craneana del 60 %.

2. Giovanni Sartori (2002), *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid.

3. Biológicamente la especie humana tiene la siguiente clasificación: pertenece al filum *Cordados*, pues posee una espina dorsal; el subfilum *Vertebrados*, con el cuerpo segmentado; la superclase *Tetrápodos*, con cuatro extremidades; la clase *Mamíferos*, en los que las crías se alimentan mediante glándulas productoras de leche; al orden *Primates*, pues sus descendientes son arborícolas, con dedos y uñas planas; la familia *Homínidos*, con los ojos situados en la parte frontal de la cabeza, locomoción erguida y bípeda; el género *Homo*, con cerebro grande y capacidad de lenguaje; y finalmente, la especie *Homo sapiens*, con mentón prominente, frente alta y escaso pelo corporal.

Si tenemos en cuenta que la postura bípeda produjo un estrechamiento de la pelvis, este mayor desarrollo del cerebro trajo como consecuencia que las crías debían nacer casi en estado fetal (para poder salir por el conducto del parto). Algunas teorías sociológicas sugieren que este nacimiento de crías tan inmaduras propició la convivencia en sociedad y la división del trabajo como única manera de poder cuidar durante tanto tiempo a las crías. No obstante, hay animales que también nacen en estado casi fetal (los canguros) y otros que tardan mucho tiempo en criar a sus vástagos (elefantes).

Para no alargarnos en las diferencias biológicas podríamos concluir que el hombre sólo se diferencia del resto de los animales en que su cerebro tiene la capacidad de tener pensamientos abstractos y de escribirlos: es decir, transmitirlos y conservarlos mediante símbolos también abstractos. Esta «extraña» capacidad le ha permitido volar, correr más rápido que ningún animal, «ver» en zonas del espectro como los infrarrojos y los ultravioletas, nadar bajo las aguas, escuchar e interpretar los ultrasonidos. En una palabra: ha permitido que una especie que físicamente no destacaba por nada y que, incluso, tenía una «tara evolutiva» —sus crías nacen muy desvalidas— se convierta en la hegemónica. Y esto tampoco sucede desde hace mucho tiempo.

En realidad durante cientos de miles de años el *Homo sapiens* fue dominado por el resto de los animales. Esto es importante tenerlo en cuenta porque durante los 200 mil años que ha vivido el *Homo sapiens* y, en concreto, durante los últimos 35.000 años en que ha sobrevivido el denominado *Homo sapiens sapiens*, la especie siempre ha sido vencida por otros animales.

Su verdadero despegue se produjo hace unos 3.500 años con el nacimiento de la escritura, tuvo un avance importante hace 25 siglos con el nacimiento del pensamiento racional en la Grecia Clásica y se consolidó hace unos tres siglos con el nacimiento de la ciencia moderna. Todo lo sublime en estos siglos, desde la poesía hasta la arquitectura, desde las matemáticas hasta la filosofía, la religión o la novela, han tenido su base en la abstracción y en una de sus manifestaciones: el simbolismo. Incluso la pintura y la escultura pueden ser definidas como el camino de la abstracción (por ejemplo, en el desarrollo de la teoría de la perspectiva) para «imitar» y a veces mejorar la realidad.

Aunque esta historia parezca muy conocida, creo que en la actualidad no se percibe que puede que estemos socavando los cimientos que han hecho posible al *Homo sapiens* de los últimos 35 siglos: los cimientos del pensamiento racional. ¿Cuáles son las causas?

Mi hipótesis es que la televisión elimina el simbolismo abstracto y, como han demostrado los antropólogos, nuestra capacidad craneana por sí sola no nos sirve de mucho si nadie nos enseña desde pequeños cómo utilizarla para dominar el pensamiento racional y la abstracción.

El pensamiento racional es, por tanto, muy importante y de aquí deriva otra de las características que distinguen al *homo sapiens*: que no es su capacidad de comunicarse con otros individuos de su especie, porque eso también lo hacen otros animales, sino la capacidad de «comunicarse consigo mismo». Tal vez para un biólogo esto no sea importante, pero sí lo es desde el punto de vista antropológico y cultural.

El cine y el anticientifismo

¿Tiene toda la culpa la televisión? Creo que aunque la televisión, según Habermas, sea «culturalmente regresiva», el declive del pensamiento racional y de la abstracción se inició con la implantación del cine. Primero, porque el cine, al contrario que la literatura, no exige para su comprensión de un nivel cultural elevado. Tampoco propicia que el espectador deba usar su imaginación: se lo da todo hecho. Y también, no lo olvidemos,

porque la imagen que el cine ha dado de la ciencia y, como consecuencia, del pensamiento racional, ha sido bastante negativa. El periodista científico y premio Pulitzer Jon Franklin⁴ lo resume de la siguiente manera:

A principios de los setenta, la ciencia había perdido su aura y se estaba empezando a crear cierta tensión. A comienzos de este período se hizo una reposición de Frankenstein, una película basada en el libro de Mary Shelley donde un científico, loco por el poder, usurpaba las prerrogativas de los dioses. [...] Durante esa misma época un grupo de investigación de Pensilvania estudió el crecimiento de las actitudes anticientíficas. Observaron que las personas que veían mucha televisión solían mostrarse en contra de la ciencia. Decidieron centrar el estudio en el seguimiento de los índices de mortalidad de los diversos grupos profesionales representados en programas de televisión. El resultado fue que los científicos presentaban el índice de mortalidad más alto de todos los personajes, con más del 10 % de muertes antes de que aparecieran sobreimpresionados los títulos de crédito. [...] Por regla general, en televisión, el malo tiene que morder el polvo antes de que caiga el telón. El mensaje estaba claro: la ciencia, como el crimen, no sale a cuenta. [...] El cine sigue aún la estela de Frankenstein. Pensemos, por ejemplo, en el caso de *E.T.* ¿Qué le querían hacer los científicos al pobre bichito caído de otro mundo? Pues... lo querían diseccionar, claro. ¿Y quién era el malo de *Parque Jurásico*? Por supuesto que el científico que ideó su creación. Mientras tanto, el periodismo iba cambiando. Cada vez era más difícil, más tarde incluso imposible, sacar tiempo y espacio para publicar buenos temas sobre ciencia. Los periodistas científicos combativos ante la ciencia cada vez tenían más ventaja a la hora de conseguir mayor espacio en los periódicos y promociones [Franklin, 1999: 60-61].

No obstante, he de aclarar que el cine existe gracias a la ciencia y al pensamiento abstracto, aunque se haya convertido en un hijo desagradecido. De hecho, el cine en su nacimiento se consideraba una herramienta científica. Y fueron científicos puros los que desarrollaron sus antecedentes. El primero fue el físico belga Joseph-Antoine Plateau, que se basó en las leyes del efecto estroboscópico para diseñar en 1832 su fenacístiscopio. Los científicos definieron este efecto estroboscópico como un fenómeno fisiológico denominado «persistencia retiniana» que hace que, por ejemplo, veamos como una línea continua de fuego un tizón ardiente que se mueve en la oscuridad.

Aunque Jon Franklin sostenga que fue el cine de los años setenta el que comenzó a hablar mal de la ciencia y del pensamiento racional, la primera película importante que da una imagen negativa del desarrollo científico fue *Metrópoli* (1926) del alemán Fritz Lang, en la que se denuncian claramente los riesgos de la tecnología mostrando el primer robot de la historia del cine. No obstante, hay quien defiende que la primera película que ofrece una imagen negativa del quehacer científico es una cinta de 1919 del también alemán Robert Wiene: *El gabinete del doctor Caligari*, en la que se muestran las perversiones de un psiquiatra. En 1936 Charles Chaplin rueda *Tiempos Modernos*, que aunque se centra más en la crítica de los procesos industriales del entonces incipiente capitalismo, su fondo no deja de ser una denuncia a la tecnología. Esta idea subyace en películas muy posteriores como *El año del mundo* (William Witney, EE.UU., 1961) o la conocidísima *Blade Runner* (Ridley Scott, EE.UU., 1982). También en *Brazil* (Terry William, EE.UU., 1985), y una de las últimas ha sido *A.I. Inteligencia Artificial* (Steven Spielberg, EE.UU., 2001). Otras películas de gran audiencia que denigran la imagen de la ciencia y la tecnología son las integrantes de toda la saga *Matrix* (A. y L. Wachowsky, EE.UU., 1999).

La imagen del científico que da el cine lo muestra casi siempre como un hombre o mujer despistados, con complejos y muy malvado. El prototipo es un Víctor Frankens-

4. Jon Franklin (1998), «El fin del periodismo científico», *Quark, Ciencia, Medicina, Cultura y Comunicación*, n.º 11, mayo-junio, pp. 53-63.

tein de alguna de las versiones de la novela de Mary Shelley. Desde *La novia de Frankenstein* (James Whale, 1935) hasta *Frankenstein de Mary Shelley* de Kenneth Branagh (1994), pasando por *El extraño caso del doctor Jekyll* (Víctor Fleming, 1941), *El profesor Chiflado* (Jerry Lewis, 1963), *Mary Reilly* (Stephen Frears, 1995).

No obstante, hay algunas películas, muy pocas, con una visión más positiva de la ciencia. Desde la clásica *La herencia del viento* (Stanley Kramer, 1960), en la que se narra la importancia del pensamiento científico frente al fanatismo religioso, hasta *Una mente maravillosa* (Ron Howard, 2001) aunque esta última da una visión de la profesión de científico que tampoco es la más habitual.

La superstición ganó y la ciencia perdió

Si nos fijamos en la ficción en televisión, la situación puede calificarse de «esperpéntica». En *Expediente X*, una teleserie de distribución mundial, el papel de la ciencia es justamente el de oprimir las interpretaciones supuestamente verdaderas que, no lo olvidemos, se relacionan en esta serie televisiva con la irracionalidad como las experiencias extraterrestres o los más antiguos mitos. Sobre el papel de la ciencia y los científicos en esta serie existen varios estudios.⁵ Otra serie, *CSI*, le otorga un papel más positivo pero relacionado con los crímenes: la serie retrata los avatares de la policía científica estadounidense.

John C. Burnham, profesor de Historia de la Universidad Estatal de Ohio y autor del libro *Cómo la superstición ganó y la ciencia perdió: la divulgación de la ciencia y la salud en los Estados Unidos*⁶ comenta en su libro cómo la enseñanza de las ciencias ha ido decayendo en su país. Y, curiosamente, aunque él no lo relaciona de esta manera, las fechas que él propone en la degradación de estudios de materias que implican «un mayor rigor metodológico y de abstracción» entre la población media estadounidense coincide con las fechas del inicio del cine (principios del xx) y de la televisión (años sesenta).

En 1820, los alumnos de los institutos estadounidenses estudiaban las leyes abstractas de la física, la química, las matemáticas, la botánica o la geología. A partir de 1900, los cursos de física y química de los institutos y facultades comenzaron a ser más elementales y prácticos, desdendiéndose los planteamientos abstractos complicados, pues se corría el riesgo de que los estudiantes optaran por asignaturas más comprensibles como la psicología o la geografía. [...] En los años sesenta, pero sobre todo desde los ochenta, los padres estadounidenses han forzado para que se rebajen los niveles de conocimientos científicos que se imparten en institutos y facultades. Al mismo tiempo, las asociaciones de jóvenes estudiantes como los *boy scouts*, *girl scouts* o *campfire girls* ya no acostumbran a organizar, entre sus actividades, cursos extraescolares sobre ciencias, tal y como se hacía hasta los años sesenta. [...] La nueva filosofía estadounidense sobre la enseñanza de las ciencias es que los estudiantes deben ser preparados para la vida como consumidores de ciencia, en lugar de como productores de ella. [...] La novedad, a finales de los ochenta, es que lo «científico» ha ido adquiriendo connotaciones negativas, pues lo asocian con contaminación ambiental o guerra nuclear. [...] Los periodistas que luego divulgarán la ciencia han crecido con estas premisas [Burnham, 1988: 181-187].

Es muy interesante este último párrafo donde conecta las connotaciones negativas de la ciencia (y por extensión del pensamiento racional), que básicamente proceden del

5. Matthew C. Nisbet, *et al.* (2002), «Knowledge, Reservations or Promise? A media effects model for public perceptions of science and technology», *Communication Research*, vol. 29, n.º 5, pp. 584-608.

6. John C. Burnham (1988), *How Superstition won and Science lost: Popularizing science and health in the United States*, Rutgers University Press (no existe versión en español).

mundo de la comunicación audiovisual, con el periodismo. Sobre todo porque la imagen de la ciencia que propone el cine se ha extendido primero a la televisión y, posteriormente, a algunos periódicos de papel, conformando que una cantidad importante de medios de comunicación (sobre todo televisión) abundan en la irracionalidad y la magia. Burnham afirma:

La mayoría de la población asume que la lucha entre la ciencia y la superstición ha sido ganada por las fuerzas de la racionalidad y del naturalismo, al menos éstas han obtenido la victoria en la sociedad postindustrial de Estados Unidos, definida por una alta tecnificación. Sin embargo, los estudios demuestran que esta batalla no ha sido ganada de forma similar en la manera en la que la ciencia es divulgada. La popularización científica ha sufrido un gran retroceso, lo cual ha generado una frustrante disminución del impacto cultural de la ciencia [Burnham, 1988: 3-4].

Burnham también se pregunta hacia dónde conducirá a su país el deterioro de la popularización de la ciencia, producido por los medios de comunicación que, en su intento de atraer al público, fragmentan y distorsionan la información científica, y reflexiona sobre qué consecuencias traerá para Estados Unidos y el resto del mundo el aumento de las fuerzas de la irracionalidad en la sociedad actual.

En el mundo de los medios de comunicación, los elementos de sensacionalismo y segmentación de la información fueron, precisamente, los de la superstición contra la que lucharon los primeros divulgadores de la ciencia, los cuales se enfrentaron a la superstición con las reglas del escepticismo y del naturalismo. Pero en la actualidad, la realidad de los medios de comunicación ha cambiado de forma radical. En estos momentos, está ampliamente tolerado que en los medios aparezcan hasta las más rancias supersticiones, o incluso, que estén dominados por el pensamiento mágico [Burnham, 1988: 7].

Últimamente el cine está rescatando novelas que tratan de la magia y lo que es peor: su adaptación cinematográfica como la saga de *Harry Potter* está teniendo mucho éxito entre los más jóvenes.

También Umberto Eco⁷ sostiene que la magia está cada día más presente en los medios de comunicación: «Podría parecer extraño que esta mentalidad mágica sobreviviera en nuestra era, pero si miramos a nuestro alrededor, ésta aparece triunfante en todas partes» (Eco, 2002: 13).

Según Eco, la varita mágica son hoy los botones de los aparatos. La tecnología ha sustituido a la magia, porque la gente no entiende ni se preocupa de cómo funciona, por ejemplo, una fotocopidora. Sólo sabe que le aprieta al botón y ya está. «La magia ignora la larga cadena de las causas y los efectos y, sobre todo, no se preocupa de establecer, probando y volviendo a probar, si hay una relación entre la causa y el efecto. La confianza, la esperanza en la magia, no se ha desvanecido en absoluto con la llegada de la ciencia experimental. El deseo de la simultaneidad entre causa y efecto se ha transferido a la tecnología» (Eco, 2002: 13).

El pensamiento racional nos lleva a preguntarnos por la relación entre la causa y el efecto, pero los medios de comunicación no están por la labor:

Es inútil pedir a los medios de comunicación que abandonen la mentalidad mágica: están condenados a ello no sólo por razones que hoy llamaríamos de audiencia, sino porque de tipo mágico es también la naturaleza de la relación que están obligados a poner diariamente entre causa y efecto [Eco, 2002: 13].

7. Umberto Eco (2002), «El mago y el científico», en *El País* (15-12-2002), p. 13.

La imagen «irracional» acaba con el periodismo

Hasta ahora hemos visto, a dónde nos ha conducido una de las formas de comunicación audiovisual: el cine. Veamos ahora cómo la televisión nos deforma esa realidad. No entraré en cómo los *reality shows* muestran a magos y videntes como si fueran médicos o cómo en los *talk shows* ponen al mismo nivel a un farsante que asegura haber pasado unos meses en Venus «aprendiendo la cultura de ese planeta» con un doctor en Astrofísica que asegura que en Venus no puede haber vida inteligente porque la atmósfera es de ácido sulfúrico.⁸ Nos centraremos en los informativos.

El contagio de la televisión con el cine comenzó en sus inicios, puesto que los usos y maneras que tenía el cine para crear obras de ficción entraron en la televisión. Sin embargo, en estos momentos el problema está en que esas técnicas «en las que prima la imagen» sobre el pensamiento racional y las abstracción de la palabra y la escritura se ha extendido a los informativos. Y como estos informativos se han convertido en referencia, lo que sale en ellos también es una pauta para las noticias que selecciona la prensa del día siguiente. Por tanto, lo que se cuenta del mundo es lo que puede ser convertido o lo que posee una imagen con cualidades televisivas o cinematográficas.

Imagine que tiene dos noticias: el asesinato de una joven tras ser agredida brutalmente y la aprobación de una nueva ley de control de emisiones contaminantes del medio ambiente. ¿Con cuál abriría el informativo? Desde todos los puntos de vista la segunda noticia tiene mayor trascendencia periodística: afecta a más personas y forma parte del futuro de un país y hasta del planeta. Pero los criterios de los informativos de televisión no son periodísticos. Son, en todo caso, cinematográficos. En ellos prima la imagen, una buena historia (y las de las buenas víctimas y horribles verdugos lo son) y la emoción o los sentimientos.

En el mejor de los casos la cadena de televisión concederá a ambas noticias aproximadamente la misma cantidad de tiempo: noventa segundos. Sin embargo, mientras la ley de control de contaminantes implica una complejidad conceptual importante, el suceso del asesinato sólo requiere apelar a la emotividad. No importa. En televisión demasiada complejidad implica que el espectador cambie de cadena. Y eso no se puede permitir. Así funciona la televisión comercial.⁹

Sin embargo, los periódicos o la radio no se rigen por imágenes. Pero tampoco importa. Le quitarán espacio a la ley de control de contaminantes. No pueden permitirse no llevar en primera página, y concederle mucho espacio en las interiores, una noticia de la que la televisión ha estado hablando el día anterior. El problema es que sin imágenes, contar un suceso en la prensa puede derivar muy fácilmente en sensacionalismo. La ley de control de contaminantes se adaptaría mejor al tipo de información escrita que un suceso. Pero al final se informará mal del suceso y de la ley de contaminantes, por lo que la sociedad sólo verá la televisión y no comprará periódicos.

Los tres grandes expertos españoles en Periodismo Especializado, Javier Fernández del Moral y Francisco Esteve, en su libro *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*;¹⁰ y Montserrat Quesada en el suyo: *Periodismo Especializado*¹¹ insisten en

8. Carlos Elías (2003), «Análisis de la figura del experto-florero y del invitado-profesional en la televisión basura emitida en España», *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 9 (pp. 125-138).

9. Carlos Elías (2004), *Telebasura y periodismo*, Ediciones Libertarias/Prodhuvi, Madrid.

10. Javier Fernández del Moral y Francisco Esteve Ramírez, 1993, *Fundamentos de la información periodística especializada*, Madrid.

11. Montserrat Quesada (1998), *Periodismo especializado*, Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid. Y también en Montserrat Quesada, 1987, *Periodismo de investigación. El caso español*, Ariel, Barcelona.

que el periodismo no sobrevivirá sin la especialización, que a su vez es sinónimo de periodismo de contextualización, interpretación e, incluso, hasta de investigación. De hecho, las fases que José Manuel de Pablos¹² establece para el periodismo de investigación no son sino una reproducción del modelo de pensamiento racional.

Pero este tipo de gran periodismo se hace básicamente sobre la reflexión, no sobre la imagen. Y no debe olvidarse la excesiva importancia de la imagen en televisión. Si no existe imagen, no hay noticia. A este respecto es ilustrativa la anécdota que cuenta John Langer¹³ en su libro *La televisión sensacionalista* aunque, tal y como aclara Langer, es citada desde 1975 en un libro escrito por Edwin Diamond, *The Tin Kazoo: Televisión, Politics, and the News*.¹⁴

La anécdota es como sigue. Un veterano del periodismo televisivo le aconsejaba a un novato reportero lo siguiente sobre su profesión:

Te voy a contar una historia y, después de contártela, sabrás todo lo que hay que saber respecto a las noticias televisivas. Una noche, los ejecutivos de la cadena (en Nueva York) estaban viendo los tres noticiarios al mismo tiempo. Se había producido un incendio en el orfanato católico en Staten Island. Uno de los ejecutivos se lamentaba de que la cadena rival tuviera una mejor cobertura de las imágenes. «Sus llamas son más altas que las nuestras», dijo. Pero otro ejecutivo replicó: «Sí, pero nuestra monja llora más fuerte que las otras».

Langer recoge, de muchos investigadores sobre televisión, las características que todos ellos consideran que poseen las noticias televisivas. Y, desgraciadamente, tienen una serie de características comunes que no las hace periodísticas ni, desde luego, invitan al pensamiento racional.

- 1) Son principalmente un producto mercantil regulados, por encargados de marketing que en esta competición dejan de lado las responsabilidades periodísticas y la integridad.
- 2) En el negocio del entretenimiento, las noticias televisivas, como cualquier otro producto de la televisión, tratan de hacer aumentar la audiencia por razones comerciales, no periodísticas.
- 3) Las noticias televisivas han rechazado los valores del periodismo profesional para poderse presentar como un espectáculo gratuito.
- 4) Las noticias televisivas dependen básicamente de imágenes filmadas, lo que hace que el contenido de la información sea sesgado y superficial.
- 5) Las noticias televisivas trafican con trivialidades y asuntos de una sospechosa sensiblería.
- 6) Las noticias televisivas son explotadoras.

Otro investigador de la televisión, Ian Clements,¹⁵ subraya también que «desafortunadamente las historias más importantes del día, principalmente políticas o económicas, reciben el mismo breve tratamiento que el último robo». Añade que esto favorece que estemos «adormecidos por los valores del entretenimiento que suelen reemplazar a los de las noticias», y «estamos satisfactoriamente confundidos». Y es que el nuevo *Homo videns* desprecia al *Homo sapiens*. Y al igual que no le interesa saber cómo es el proceso que lleva a generar una fotografía o una fotocopia tras apretar un botón tampo-

12. José Manuel de Pablos Coello (2001), *El periodismo herido. Estudios que delatan el divorcio entre prensa y sociedad*, Foca ediciones, Madrid.

13. John Langer (2000), *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las «otras noticias»*, Paidós Barcelona.

14. Edwin Diamond (1975), *The Tin Kazoo: Televisión, Politics, and the News*, MIT Press, Cambridge (Massachusetts).

15. Citado por Langer.

co quiere saber las causas de lo que pasa en el mundo. Sólo le interesa lo que pasa (como a un animal irracional) pero no por qué sucede.

La nueva comunicación no necesita periodistas

El periodismo necesita contextualización y conocimiento abstracto. Podríamos decir que la existencia de algo que se llama periodismo es algo que define al *Homo sapiens* que aspira a saber por qué pasan las cosas. El periodista debe ser un seguidor de la máxima de Kant: «Atrévete a pensar». Por tanto, con esta premisa el periodismo se da mejor en el medio escrito. Es decir, en radio, pero sobre todo en televisión, es muy difícil que exista verdadero periodismo, tal y como ya se ha mencionado. Y por ello, porque el modelo audiovisual de la televisión se está imponiendo, el periodismo se está acabando. Para Ignacio Ramonet,¹⁶ director de *Le Monde Diplomatique*, el actual sistema informativo ya no necesita de periodistas:

Los periodistas están en vías de extinción. El sistema ya no quiere más periodistas. En este momento, puede funcionar sin ellos o, digamos, con periodistas reducidos a meros obreros de una cadena de montaje, como Charlot en la película *Tiempos Modernos*; es decir, meros trabajadores que hacen retoques en los partes de agencia. La calidad del trabajo de los periodistas se encuentra en regresión, al igual que su estatus social. Se está produciendo una taylorización del trabajo de los periodistas [Ramonet, 2002: n.º 48].

Según señala Ramonet en *La tiranía de la comunicación*,¹⁷ hasta ahora el periodismo tenía una organización en tres dimensiones: el acontecimiento o hecho noticioso, el intermediario que lo interpretaba y el ciudadano. El periodista era el intermediario (*Homo sapiens*) que analizaba, interpretaba y contextualizaba el acontecimiento para que la sociedad lo entendiera (*Homo sapiens*) en toda su magnitud. Pero ahora la televisión, y por extensión el resto de los medios, intentan poner en contacto directo al ciudadano (*Homo videns*) con el hecho noticioso. Las tres dimensiones se han convertido en un eje, un cuadro sin perspectiva de dos dimensiones (hecho-ciudadano), en el que el periodista ya no hace falta y el nuevo *Homo videns*, como sus parientes los otros primates, ve lo que pasa pero no lo entiende. Como la magia.



16. Ignacio Ramonet, «Los periodistas están en vías de extinción», en *Sala de Prensa*, volumen II, n.º 46 (agosto 2002). Consultado en edición electrónica (<http://www.saladeprensa.org/art382.htm>).

17. Ignacio Ramonet (2002), *La tiranía de la comunicación*, Editorial Debate (primera edición 1998), Madrid.